

This Page Is Inserted by IFW Operations
and is not a part of the Official Record

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

**As rescanning documents *will not* correct images,
please do not report the images to the
Image Problem Mailbox.**



РОССИЙСКОЕ АГЕНТСТВО ПО ПАТЕНТАМ И ТОВАРНЫМ ЗНАКАМ
(РОСПАТЕНТ)

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

рег. No 20/12-230

"2" апреля 2001 г.

СПРАВКА

Федеральный институт промышленной собственности Российского агентства по патентам и товарным знакам настоящим удостоверяет, что приложенные материалы являются точным воспроизведением первоначального описания, формулы и чертежей (если имеются) заявки на выдачу патента на изобретение № 98116627, поданной в сентябре месяце девятого дня 1998 года (09.09.1998).

Название изобретения

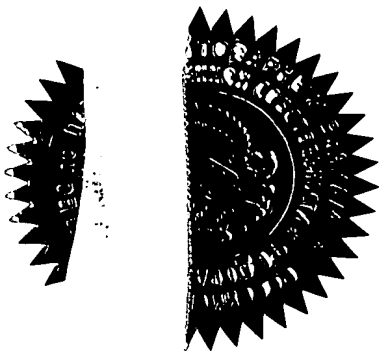
Упаковочный материал и способ повышения привлекательности товара при продаже

Заявитель

СТАВРУЛОВ Игорь Анатольевич

Действительный автор(ы)

СТАВРУЛОВ Игорь Анатольевич



523

Уполномоченный заверить копию
заявки на изобретение

А.Л. Журавлев
И.О. заведующего отделом

Упаковочный материал и способ повышения
привлекательности товара при продаже

Изобретение относится к области легкой промышленности и торговли и касается упаковочных материалов и методов повышения привлекательности потребительских товаров при их розничной продаже.

Каждый потенциальный покупатель знает, что удобная и красивая упаковка приобретаемого товара, а также уровень обслуживания при продаже влияют на его выбор фирмы-производителя товара и торгового учреждения. Поэтому солидные фирмы-производители товаров уделяют большое влияние и тратят значительные средства на обеспечение привлекательности упаковки. А сам факт индивидуальной упаковки товара в определенном магазине вызывает у потребителя уважение и доверие к данному учреждению торговли.

Наиболее распространенный известный упаковочный материал для товаров, продаваемых в розницу, представляет собою листы или рулоны бумажного или полимерного и др. материала или изготовленные из него пакеты и коробки разного размера.

Для повышения уровня обслуживания и дополнительного привлечения покупателей крупные магазины используют упаковочные материалы, которые имеют более высокое качество и могут нести на поверхности изображения с символикой данного предприятия торговли или, что наиболее распространено, с символикой всемирно известных фирм.

Таким образом, известный и общераспространенный способ повышения привлекательности товара при продаже состоит в упаковке отдельных единиц товара упаковочным материалом, который несет на своей поверхности одинаковые изображения, являющиеся как бы визитной карточкой фирмы-производителя данного товара или данного торгового предприятия.

Однако, такой метод повышения покупательского спроса может быть гораздо более эффективным.

Результат, достигаемый при использовании настоящего изобретения, состоит в том, что повышается привлекательность товара при его продаже, что может выражаться в повышении спроса на этот товар и в

привлечении потенциальных покупателей в определенный магазин.

Достижение такого результата обеспечивается за счет того, что изображения на поверхности упаковочного материала, используемого для упаковки каждой отдельной единицы товара, не являются одинаковыми и представляют собою тексты и/или рисунки, привлекающие внимание покупателя своей формой и/или содержанием.

Сущность предложенного изобретения состоит в следующем.

При розничной продаже любого товара каждую его отдельную товарную единицу упаковывают материалом и/или помещают в индивидуальный пакет или коробку из такого материала, на внешнюю или внутреннюю поверхность которого нанесены изображения, представляющие собою тексты и/или рисунки, привлекательной для покупателя формы и/или содержания, причем изображения на поверхности упаковочного материала, в который помещают отдельные единицы товара, не являются одинаковыми.

При этом, упаковочный материал или изделия из него могут содержать и дополнительные традиционно используемые изображения в виде фирменной символики производителя или знаков обслуживания предприятия торговли, а также необходимые стандартные надписи.

В данном случае под "товаром" понимаются продовольственные и промышленные объекты розничной купли-продажи, которые, как правило, подлежат упаковке (например, флаконы духов, другие парфюмерные изделия) или упаковывать которые необходимо (например, швейные изделия) или желательно (например, группы мелких штучных изделий). При этом имеется в виду, что упоминаемые объекты купли-продажи в разумных пределах малогабаритны.

В понятие "товар" в упомянутом смысле включаются как изделия, отпускаемые штучно, так и продаваемые по весу.

"Товарной единицей" в пределах настоящего изобретения считается отдельное изделие, группа однородных изделий, иная мера товара, отпускаемые одновременно отдельному покупателю.

Материал, несущий на поверхности изображения, в который упаковывают товар или из которого изготавливают индивидуальные обертки, преимущественно является бумагой, но может быть полимером и пр.

На поверхность упаковочного материала нанесены изображения в виде текстов и/или рисунков, законченных по смыслу и сюжету, содержание и форма которых могут привлечь внимание потребителя.

Изображения можно наносить как на внешнюю, так и на внутреннюю поверхность упаковочного материала.

В данном случае и далее под понятием "текст" подразумеваются самостоятельные изображения, несущие читаемую информацию и занимающие, по крайней мере, часть поверхности материала, а под понятием "рисунок" - все остальные, кроме текстовых, самостоятельные изображения, занимающие, по крайней мере, часть поверхности материала.

Текст может содержать информацию познавательного, развлекательного, назидательного или иного характера, которая вызывает у потребителя положительные эмоции.

В частности, могут приводиться пословицы, поговорки, афоризмы, короткие стихотворения или фрагменты стихотворений и прозы, анекдоты, сообщаться интересные факты и наблюдения, даваться советы, высказываться пожелания и напутствия.

Рисунки могут, например, представлять собою загадочные картинки, ребусы, шахматные задачи и этюды, головоломки, узоры, виньетки, орнаменты, другие декоративно-художественные произведения изобразительного жанра и т.п. При этом на обратной поверхности этого материала могут даваться отгадки или ответы на задачи.

Упаковочный материал может выпускаться в виде отдельных листов разного размера, которые могут разделяться на части, предназначенные для упаковки товаров соответствующего габарита; или в виде ленты требуемой ширины; или в виде упаковочных пакетов или коробок требуемого размера, а объем размещаемых на его поверхности текстов и размеры рисунков должны быть пропорциональны общей площади в среднем одномоментно расходуемого материала.

Отдельные листы, или отдельные отрезки рулонного упаковочного материала, или упаковочные пакеты и коробки несут по преимуществу на внешней поверхности неодинаковые изображения.

При этом под "неодинаковостью изображений" имеется ввиду несовпадение полных соответствующих изображений, хотя отдельные элементы изображений могут и совпадать.

В пределах настоящего изобретения понимается, что требование "неодинаковости изображений" удовлетворяется в том случае, если, изображения на отдельных частях этого материала, достаточных для упаковки товарной единицы, не являются одинаковыми.

В данном случае под "частями материала, достаточными для упаковки товарной единицы" понимаются отдельные листы материала, отрезки рулонного материала, упаковочные пакеты и коробки, изготовленные из такого материала.

Минимальное требование "неодинаковости изображений" соблюдается тогда, когда изображение, по крайней мере, на одной отдельной части упаковочного материала одной партии такого материала, не повторяется.

Иными словами, это требование удовлетворяется в равной мере в диапазоне выполнения таких условий, когда

- изображение на поверхности, по крайней мере, одного листа, одного отрезка рулонного упаковочного материала, одного упаковочного пакета или коробки в партии материала не повторяется;

- изображения на поверхности **каждого** листа, **каждого** отрезка рулонного упаковочного материала, **каждого** упаковочного пакета или коробки в партии материала не повторяются.

Оптимальная степень неодинаковости изображений на поверхности упаковочного материала должна быть такой, чтобы вероятность попадания к потребителю товарной единицы с одинаковыми изображениями на упаковочном материале была минимизирована.

При разовом приобретении одним покупателем нескольких товарных единиц, каждую из них необходимо упаковывать материалом, не сущем на своей поверхности разные изображения.

Чтобы при повторных покупках снизить вероятность приобретения покупателем товаров с одинаковыми изображениями на упаковочном материале, следует периодически обновлять используемый упаковочный материал.

Предпочтительно, чтобы изображения в каждой партии листового или рулонного упаковочного материала были логически связаны между

собою, например, общей идеей, единой тематикой или подобным образом.

В частности, тексты и/или рисунки на поверхности упаковочного материала могут носить сезонный характер и быть приурочены к определенному времени года.

Предложенный упаковочный материал может иметь различную фактуру и/или разный цвет.

Изображения на поверхность упаковочного материала могут быть нанесены любым известным способом, например, печатью или тиснением.

Таким образом, основной отличительной особенностью предлагаемого упаковочного материала является то, что на поверхность такого материала нанесены изображения, состоящие из текстов и/или рисунков, привлекающие внимание потребителя и представляющие для него интерес; на отдельной части такого материала, достаточной для упаковки товарной единицы, присутствует законченное изображение, и при этом изображения на отдельных частях упаковочного материала, достаточных для упаковки единицы товара, не являются одинаковыми.

При этом, упаковочный материал, на который наносятся изображения, состоящие из текстов и/или рисунков, привлекающие внимание потребителя и не являющиеся одинаковыми на отдельных частях упаковочного материала, достаточного для упаковки единицы товара, может иметь фирменную символику предприятия-изготовителя или знаки обслуживания торгового предприятия, а также необходимые стандартные надписи.

Основной же отличительной особенностью способа повышения привлекательности товара при продаже является то, что каждую товарную единицу упаковывают таким образом, что изображения на поверхности упаковочного материала, использованного для упаковки отдельных товарных единиц, не являются одинаковыми.

При этом, необходимо отметить, что товар, подлежащий упаковке, может быть упакован в предлагаемый упаковочный материал либо в магазине, либо на предприятии-изготовителе товара. В последнем случае, он может представлять собой упаковочные пакеты или коробки, или иметь любую другую возможную форму.

Следующие Примеры, конкретизирующие и иллюстрирующие существо предложения, не являются ограничивающими.

ПРИМЕР 1. Для упаковки духов и одеколонов, помещенных в оригинальные коробки, используют упаковочный материал в виде широкой ленты, на внешней поверхности которой имеются изображения в виде красочных рисунков садовых и полевых цветов, стихотворных строф, которые посвящены этим цветам, и добрых пожеланий.

Рулон упаковочного материала рассчитан на упаковку 100 товарных единиц и каждое изображение на поверхности материала повторяется в рулоне 20 раз.

Каждый флакон упаковывают отрезком рулонного материала, несущим законченное изображение, и фиксируют края этого материала липкой лентой.

Учитывая относительно редкую периодичность повторных покупок такого товара, вероятность повторного приобретения одним покупателем товара с одинаковыми изображениями на поверхности упаковочного материала данной партии, практически исключается.

ПРИМЕР 2. Для упаковки конфет, продающихся по весу, используют упаковочный материал в виде бумажных пакетов, на одной из внешних поверхностей которых нанесены изображения, представляющие собою орнаменты и цветные рисунки сказочных персонажей, а также соответствующие рисункам афоризмы, высказываемые этими персонажами. Конфеты упакованы фабричным способом.

В данной партии содержится 100 упаковочных пакетов, а каждое изображение повторяется на поверхностях этих пакетов 5 раз.

Каждую порцию одного сорта конфет упаковывают в индивидуальный пакет.

Вероятность повторного приобретения одним покупателем товара с одинаковым изображением на упаковочном пакете невелика.

ПРИМЕР 3. Для упаковки трикотажных изделий используют упаковочный материал в виде отдельных листов, на поверхности которых размещены изображения, представляющие собою декоративные узоры, а также адреса и телефоны государственно-административных или культурно-прос-

ветительских организаций района, в котором находится магазин.

В этой партии содержится 100 листов упаковочного материала и при этом на 50 листах помещены сведения о государственно-административных учреждениях, на других 50 листах - сведения о культурно-просветительских учреждениях, а декоративные узоры не повторяются.

Вероятность повторного приобретения одним покупателем товара с одинаковым изображением на упаковочном материале невелика.

ПРИМЕР 4. Для упаковки елочных шаров используют упаковочный материал в виде отдельных цветных листов бумаги, на поверхности которых нанесены изображения в виде виньеток и ребусов, заключающих в себе Новогодние поздравления и пожелания, а правильная расшифровка которых приведена на оборотной стороне каждого листа.

В партии содержится 100 листов упаковочного материала, каждые 10 листов имеют разный цвет, а ребусы на их поверхности не повторяются.

Каждый шар упаковывают отдельно, а покупку помещают в упаковочный пакет, на поверхности которого изображены Новогодние сюжеты.

В партии из 100 упаковочных пакетов каждое изображение повторяется только 4 раза.

Заявитель не располагает информацией об известности упаковочного материала, идентичного предложенному, и об использовании предложенного способа повышения привлекательности товара при продаже.

Сам по себе принцип нанесения изображений на поверхность товара или его упаковки известен.

Например, на поверхность мягкого материала, предназначенного для герметичной упаковки пищевых продуктов, наносят изображения в виде чертежей или схем, являющихся для потребителя инструкцией для вскрытия упаковки [Патент США 5.094.863, В 43 М 7/00, 1992 г.].

Однако, такой характер выполнения упаковки не повышает привлекательности самого товара.

В частности, изображения могут быть нанесены на поверхность

туалетной бумаги [Заявка Франции на изобретение 2.172.929, G 09 F 23/00, 1973 г.], столовых салфеток [Патент США 5.573.830, D 04 H 1/64, 1996 г.], разовых скатертей [Свидетельство Франции о полезности 2.095.115, G 09 F 23/00, 1972 г.], лотерейных билетов [Патент РФ 2.093.903, G 09 F 23/14, 1997 г.], почтовых конвертов [Патент РФ 2.099.798, G 09 F 23/10, 1997 г.], упаковок сигарет [Европейский патент 0.646.531, B 65 D 85/10, 1997 г.] и других изделий.

Однако, практически во всех перечисленных случаях речь идет о распространении рекламной информации и это обстоятельство вряд ли может повысить привлекательность самого товара - носителя рекламы.

Специфика рекламного дела такова, что эффективность любой рекламы прямо зависит от ее повторяемости и в этой связи предполагается, что рекламные утверждения, размещаемые на поверхности тех или иных товаров, должны регулярно повторяться.

Таким образом, совокупность признаков известных технических решений отличается от совокупности существенных признаков настоящего изобретения, а задача, решаемая настоящим изобретением, ранее предлагаемыми заявителем приемами не решалась.

Ф О Р М У Л А И З О Б Р Е Т Е Н И Я

1. Упаковочный материал для товаров, продаваемых в розницу, несущий на поверхности изображения, отличающийся тем, что изображения на его поверхности представляют собою тексты и/или рисунки, которые имеют развлекательный, познавательный, назидательный или другой характер, привлекательный для потребителя, при этом изображения на отдельных частях этого материала, достаточных для упаковки товарной единицы, не являются одинаковыми.

2. Упаковочный материал по п.1, отличающийся тем, что отдельные части этого материала, достаточные для упаковки товарной единицы, представляют собою листы, отрезки материала или изготовленные из него пакеты и коробки.

3. Упаковочный материал по любому из пунктов 1-2, отличающийся тем, что изображение, по крайней мере, на одной отдельной части упаковочного материала одной партии такого материала, не повторяется.

4. Упаковочный материал по любому из пунктов 1-3, отличающийся тем, что дополнительно содержит изображения в виде фирменной символики предприятия и/или знака обслуживания торгового предприятия и необходимые стандартные надписи.

4. Способ повышения привлекательности товара при продаже, который предусматривает упаковку товара соответствующим упаковочным материалом, на поверхность которого нанесены изображения, отличающийся тем, что отдельные товарные единицы упаковывают материалом, несущим на поверхности неодинаковые изображения, представляющие собою тексты и/или рисунки, которые имеют развлекательный, познавательный, назидательный или другой характер, привлекательный для потребителя.

5. Способ по п.4, отличающийся тем, что отдельные товарные единицы упаковывают материалом неодинакового цвета и/или фактуры.

Р Е Ф Е Р А Т

Изобретение относится к области легкой промышленности и касается упаковочных материалов.

Результат от реализации данного изобретения состоит в повышении покупательского спроса на товар.

Для этого предложен упаковочный материал для товаров, продаваемых в розницу, несущий на поверхности изображения, которые представляют собой тексты и/или рисунки, которые имеют развлекательный, познавательный, назидательный или другой характер, привлекательный для потребителя, при этом изображения на отдельных частях этого материала, достаточных для упаковки товарной единицы, не являются одинаковыми.

Предложен способ повышения привлекательности товара при продаже, который предусматривает упаковку товара соответствующим упаковочным материалом, на поверхность которого нанесены изображения, при этом отдельные товарные единицы упаковывают материалом, несущим на поверхности неодинаковые изображения, представляющие собой тексты и/или рисунки, которые имеют развлекательный, познавательный, назидательный или другой характер, привлекательный для потребителя.